

Kap 11: ...och allt landar i marknadsplanen!

En marknadsplan kan liknas vid en karta:

Innan resan:

- 1) Var befinner vi oss?
- 2) Vart ska vi?
- 3) Varför ska vi dit?
- 4) Hur tar vi oss dit?

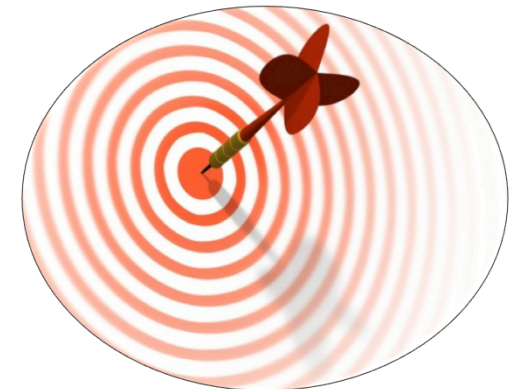
Marknadsplanen:

Nulägesanalys

Målet

Affärsidén

Strategin



Kap 11: ...och allt landar i marknadsplanen!

Under resans gång:

5) Kartan är inte huggen i sten. Det är viktigt att kunna improvisera; anpassa vägval, hastighet och beslut efter vad som händer under resans gång.

Marknadsplanen: Handlingsplanerna

När vi nått målet:

6) Kom vi fram till rätt plats i rätt tid?

Marknadsplanen: Uppföljning/utvärdering

Kap 11: ...och allt landar i marknadsplanen!

MARKNADSPLANEN

1 NULÄGESANALYS

Samla in information
Analysera nuläget

2 MÅL

Kvalitativa och kvantitativa
Långsiktiga och kortsiktiga

3 AFFÄRSIDÉ

Yttre affärsidé
Inre affärsidé

4 STRATEGI

Tre basstrategier
Marknadsmixen
Relationsmarknadsföring
Kommunikationskanaler

5 HANDLINGSPLAN

Kampanjplanen
Kampanjbudgeten

6 UPPFÖLJNING

Utvärdera kampanjen

Kap 11: ...och allt landar i marknadsplanen!

Processen är dynamisk; nya saker inträffar ständigt som gör att marknadsplanen måste uppdateras.

Själva processen är viktigare än dokumentet.



11. ...och allt landar i marknadsplanen

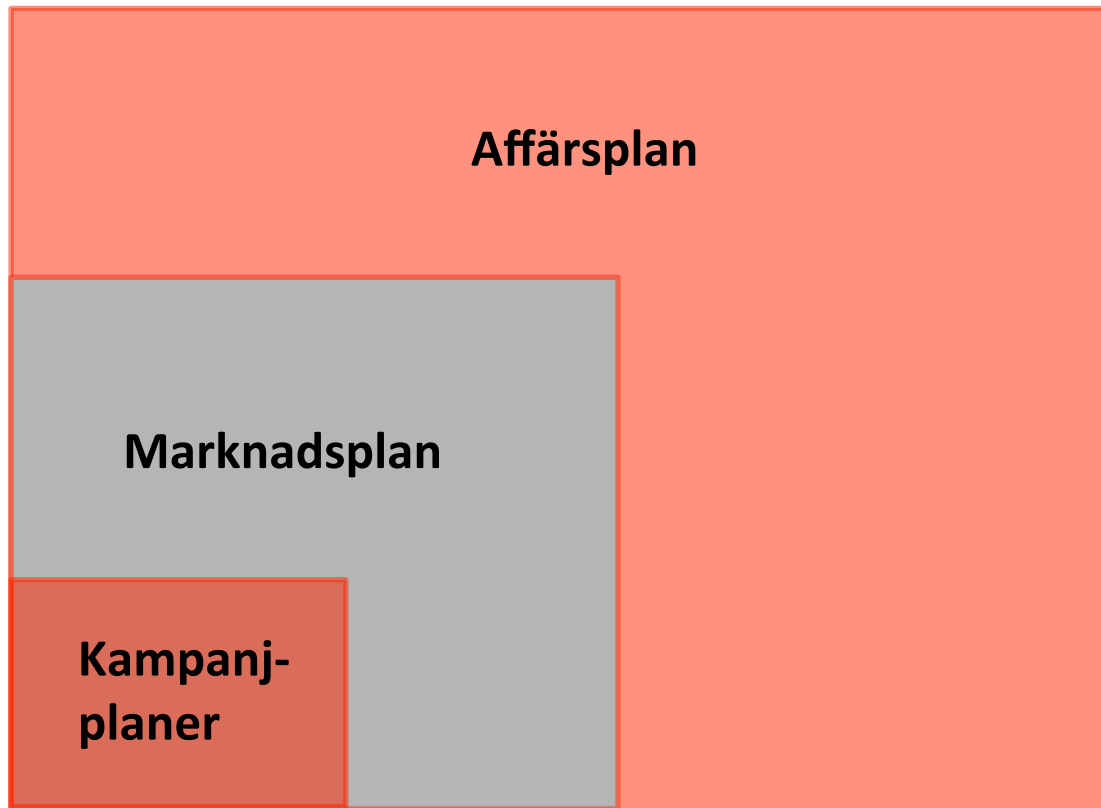
Kap 11: ...och allt landar i marknadsplanen!

Marknadsplanen ger

- en samlad överblick över verksamheten
- en klar och tydlig ansvarsfördelning
- mål, mätbara resultat och resultatuppföljning
- en struktur och ett långsiktigt sätt att tänka och arbeta
- värdefulla erfarenheter inför framtiden
- motivation till de anställda

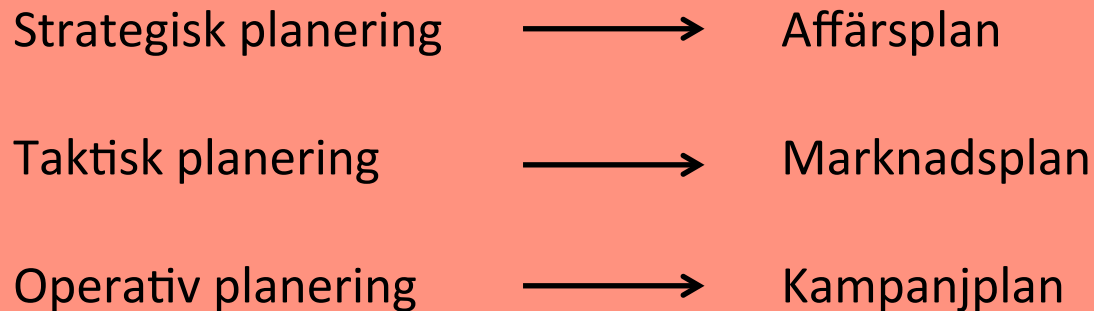
Kap 11: ...och allt landar i marknadsplanen!

Marknadsplanen i ett större sammanhang:



Kap 11: ...och allt landar i marknadsplanen!

Koppling mellan planering och plan:



Kap 11: ...och allt landar i marknadsplanen!

